



Juan Espinosa

Grimorum®

"El prototipado como
herramienta de innovación para
probar productos y servicios
antes de salir al mercado"

#DEGUSTACIONINNOVACION

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR **DISTINTO**



COLCIENCIAS
Ciencia, Tecnología e Innovación



GOBIERNO DE COLOMBIA



Proceso DE INNOVA CIÓN



AGEND

A

| Hora | |
|-------|---------------------------|
| 8:40 | Prototipado |
| 9:00 | Tipos de prototipos |
| 9:30 | ¿PMV? |
| 10:30 | Diseñe su PMV paso a paso |
| 12:50 | Cierre |

BREAK



Medida del éxito









Presentaciones

Nombre

.....

Empresa

.....

Cargo

.....

Medida del éxito

Objetivo



El objetivo de la sesión es mostrar y explorar conceptos, que ayuden a los participantes a delimitar el camino más efectivo para realizar un prototipo.



¿Cómo probar un nuevo producto en el mercado?

Prototipando







Testear e iterar

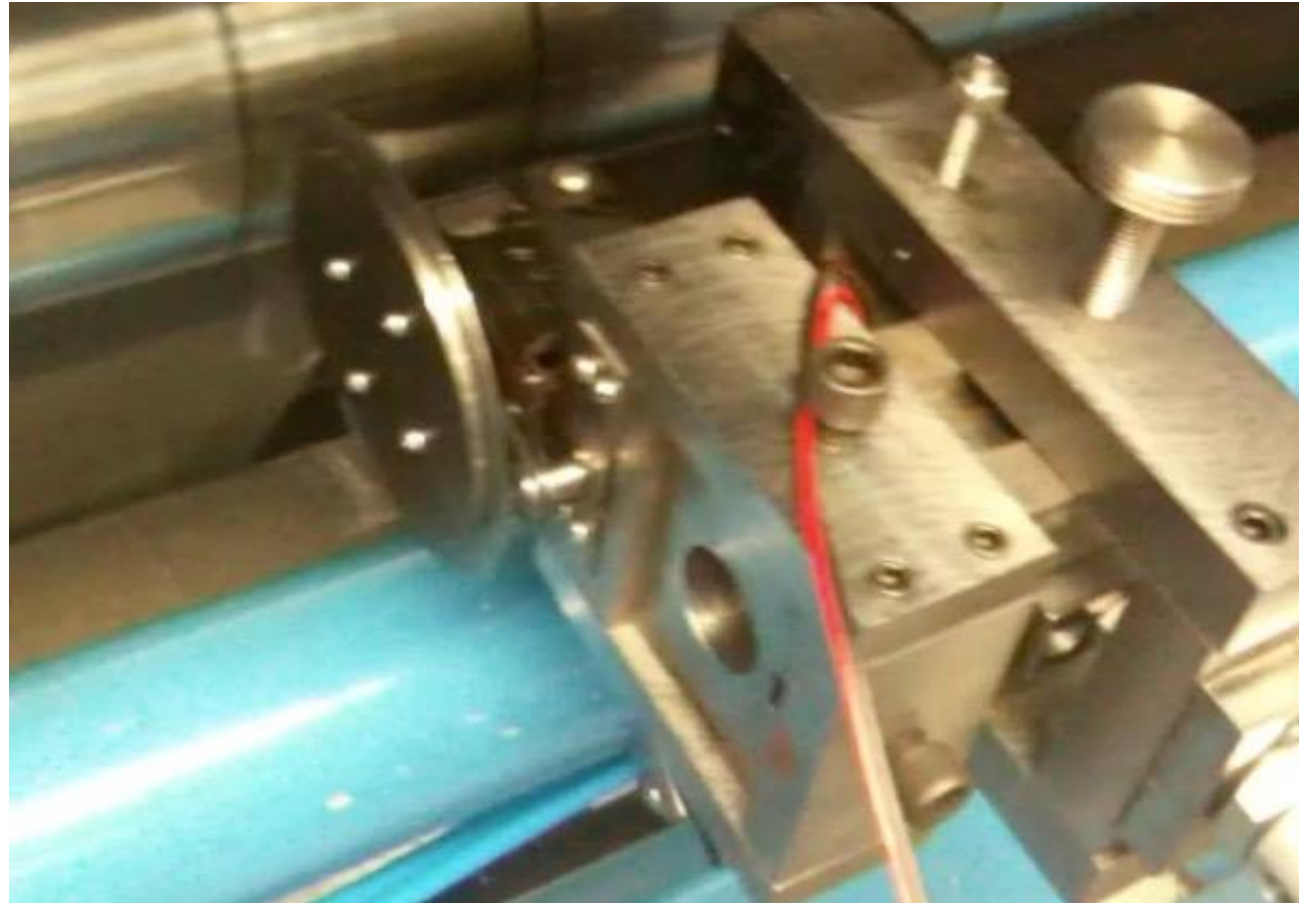




?



₡'000.000 USD



<10.000 USD







~~XXX.XXX USD~~

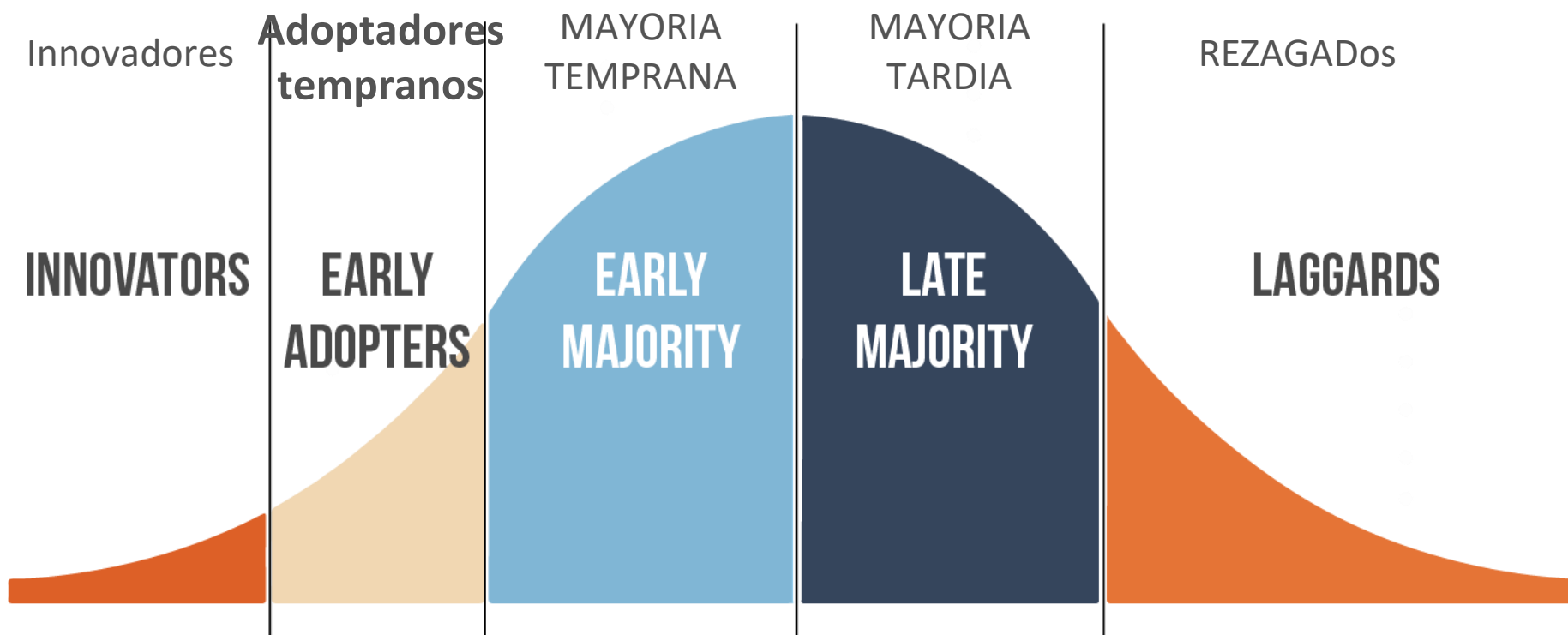




Vs



Todos los clientes de mi producto



Innovadores





Early adopters
(Adoptadores tempranos)

RESTAURANT JAPONAIS
HIGUMA ラーメン
LÀMEN



Early Majority
(Mayoría Temprana)



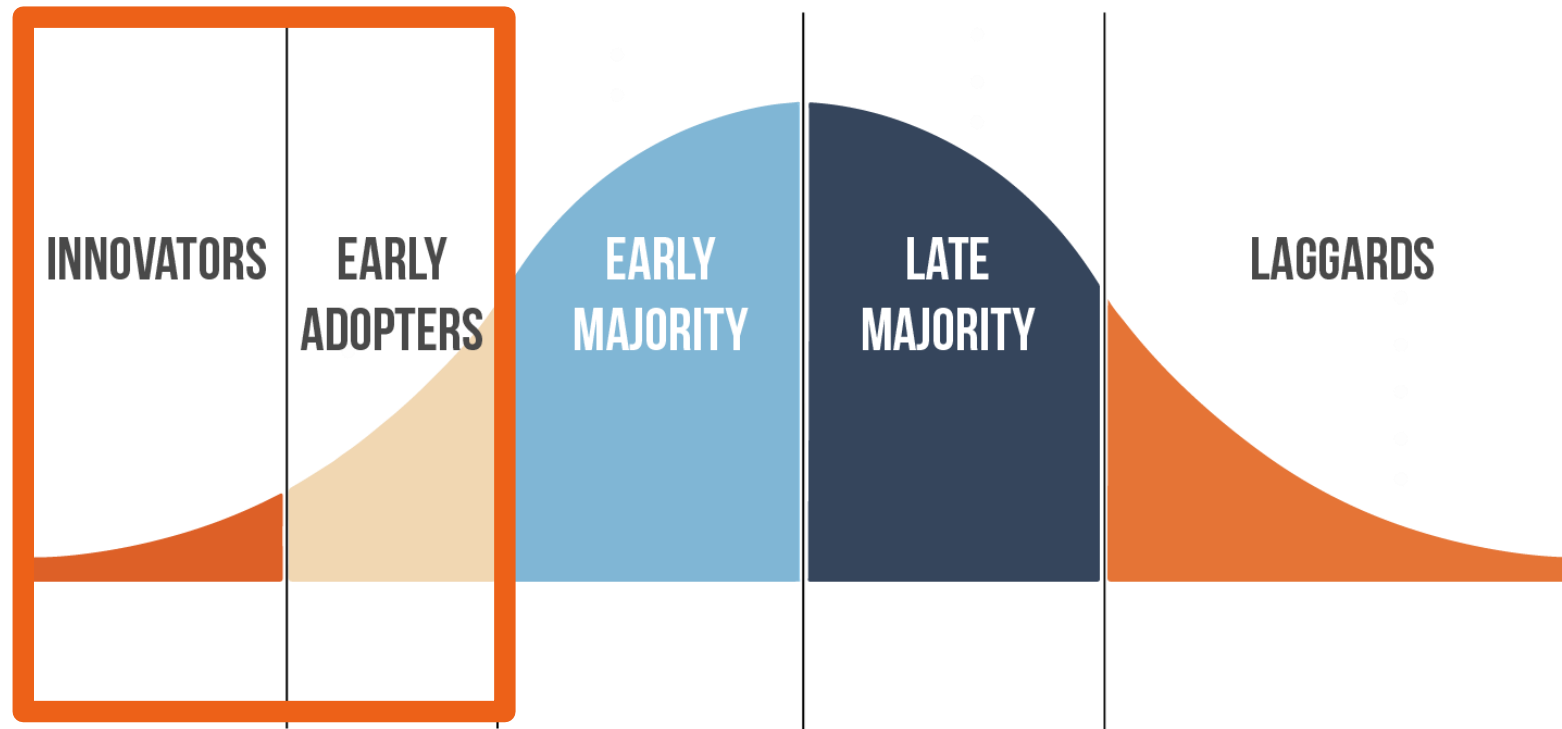
Late Majority
(Mayoría

Laggards (Rezagados)





Para el lanzamiento de productos o servicios





Como identificarlos:

Innovadores

- Personas o empresas cercanas
- Que exista una relación de confianza
- Que cumplan con el perfil del segmento escogido
- Que tengan el dolor

Adoptadores Tempranos

- Personas o empresas con una sensibilidad alta a probar o comprar nuevos productos y servicios
- Que exista un acercamiento no necesariamente una relación
- Que cumplan con el perfil del segmento escogido
- Que tengan el dolor



Identifiquen cuales son sus:

INNOVATORS

**EARLY
ADOPTERS**



Prototipado

INNOVATORS

**EARLY
ADOPTERS**

**EARLY
MAJORITY**

**LATE
MAJORITY**

Prototipos Alfa

Prototipos Beta



Prototipo Alfa

(prototipo de baja resolución)

Objetivo:
Validar la propuesta de Valor

Sirve para medir la intensidad de adquirir el producto o servicio, pruebas iniciales muy rápidas para medir el concepto antes de hacer inversiones mayores.

Tus cajas para trasteos



Tus Cajas
Para trasteos

Inicio Kits Noticias Contáctanos

Escribenos
3053678619

Te garantizamos que:
Si los artículos del kit no te alcanzan
te enviamos lo que falta.

Consulta el estado de tu pedido

PAGO CONTRA ENTREGA

KITS DE VIVIENDAS
Apartaestudio Apartamento Casa

KITS DE OFICINAS
Pequeña Mediana Grande



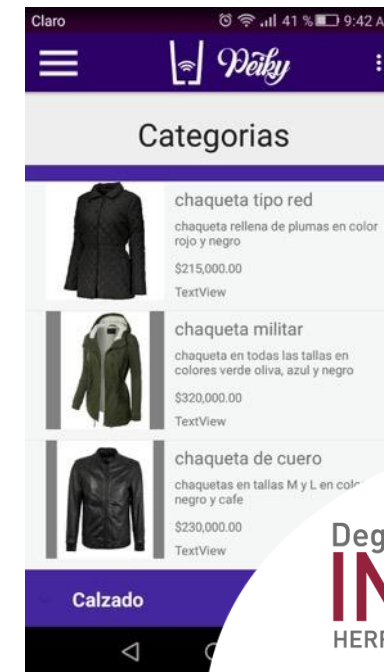
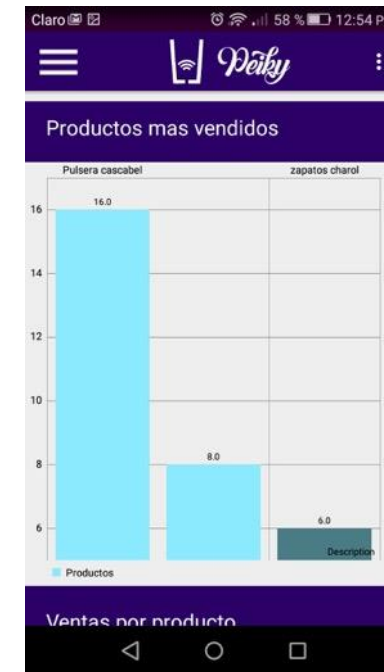
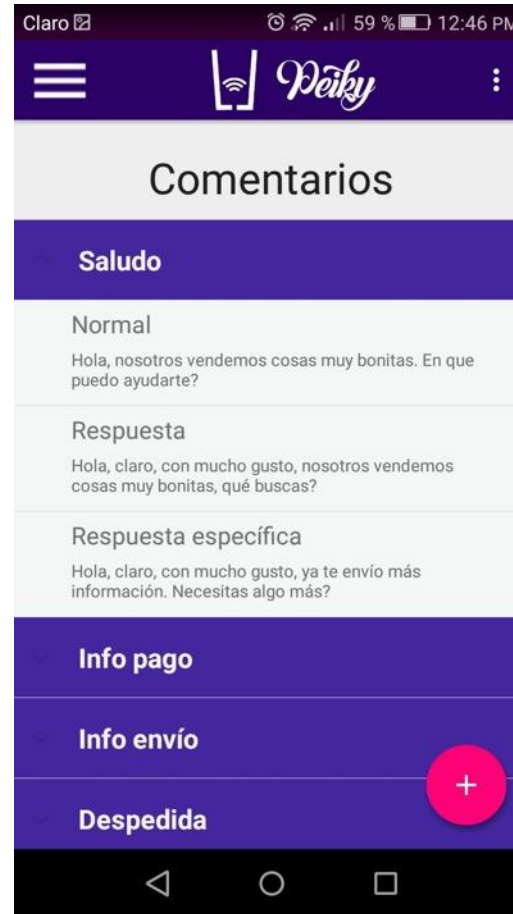
Prototipo Beta

(Prototipo de media resolución)

Validar las ofertas de valor

Sirve para validar las características iniciales del producto y saber si como persona u organización voy a poder entregar la propuesta de valor al cliente así sea de una forma básica.

Peiky





lily drone



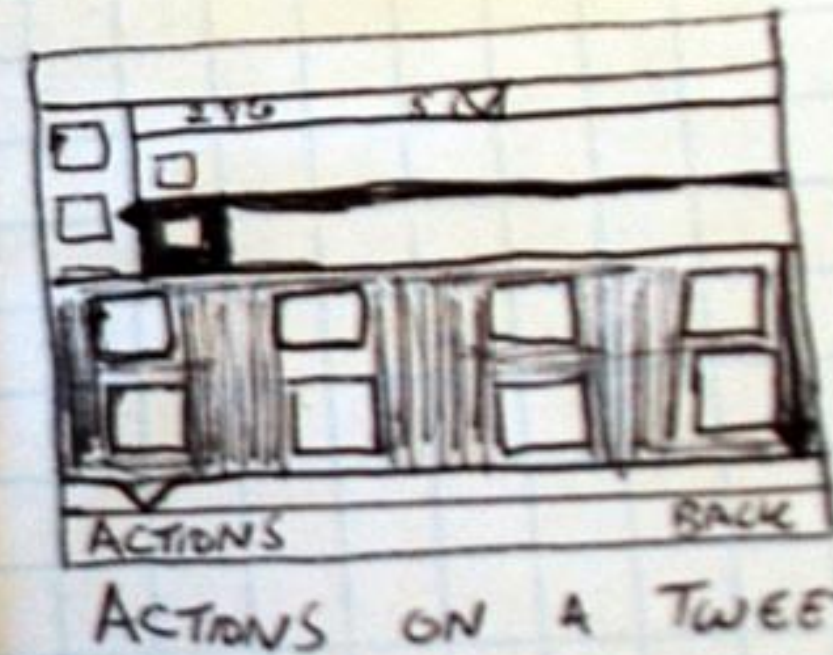
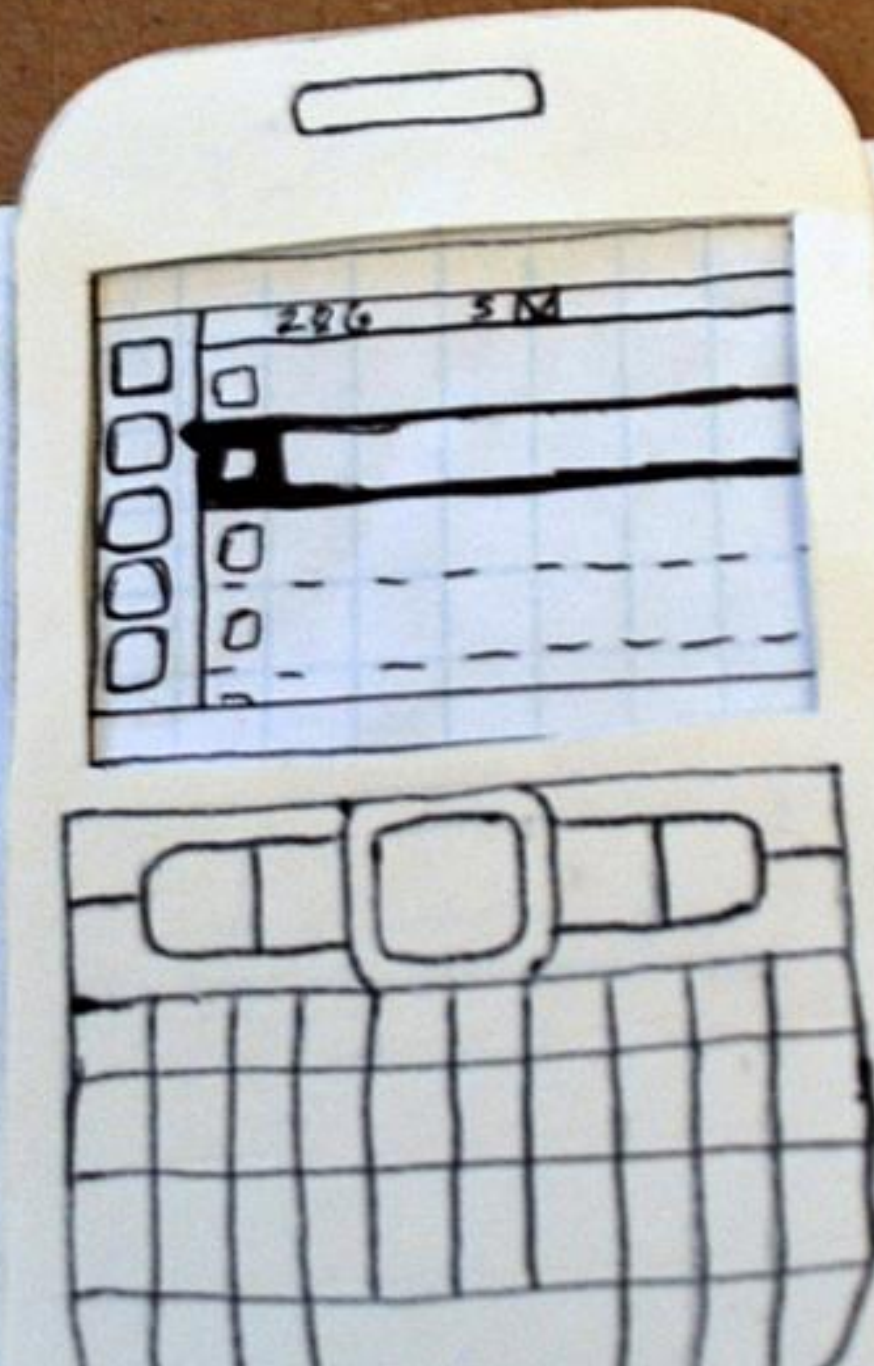
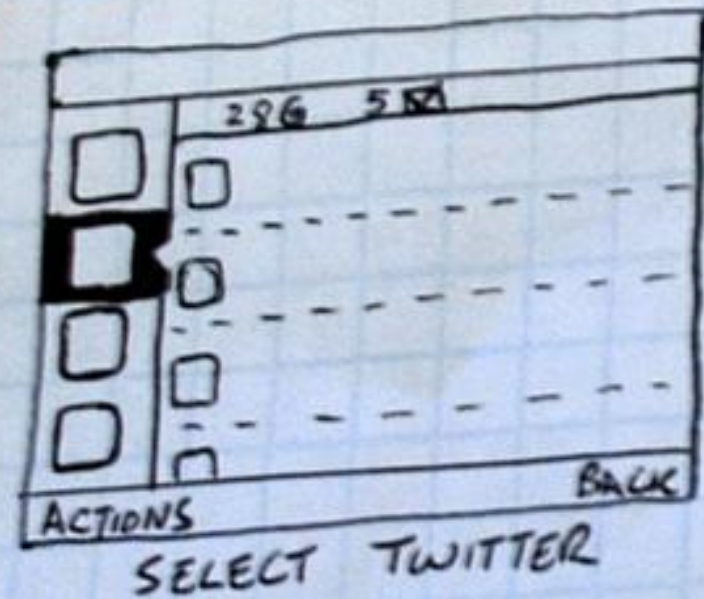
lily drone



¿Prototipo **Alfa**?

¿Prototipo **Beta**?

Tipos de prototipos





Modelo de negocio

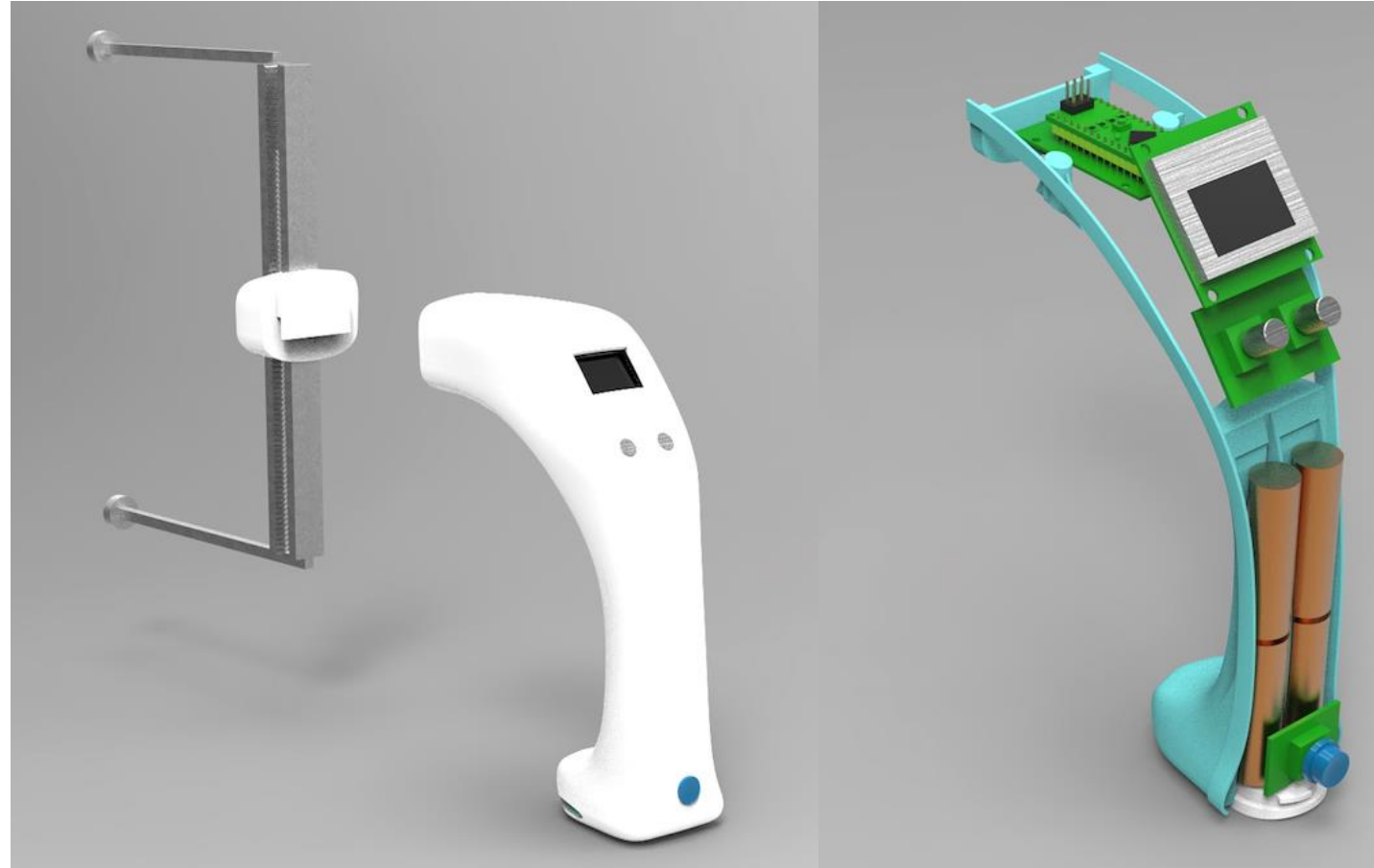
Validar si un cliente esta dispuesto a comprar o adquirir un producto.





Físicos

Validar si se puede producir y si funciona.

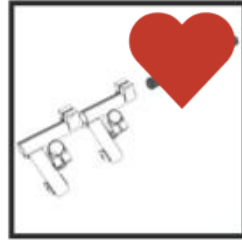




Experiencias



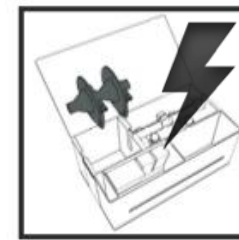
Validar el proceso,
cuales pasos generan
valor y cuales no.



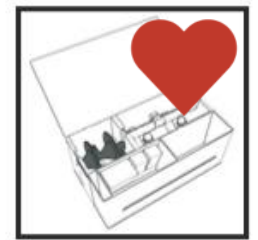
Se inserta el tubo en los
módulos de intersección



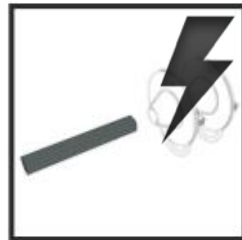
El tubo y los módulos de
intersección deben quedar
centrados



Se insertan los conos con
el tubo en las canales
internas del maletín



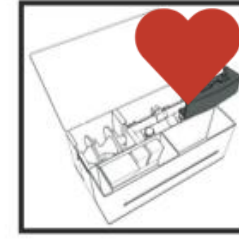
Deben ir en el bolsillo
superior izquierdo



Se inserta el tubo en los
orificios de los conos



El tubo y los conos deben
quedar centrados



Se inserta la abrazadera del
giracarretes en el maletín

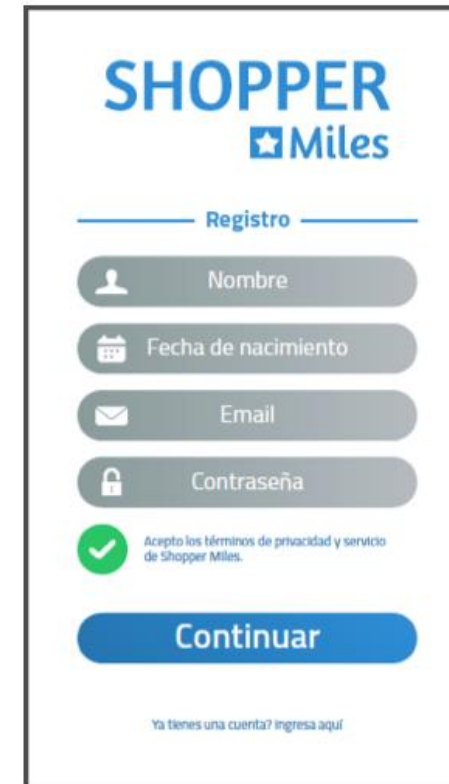


Se debe ubicar en el
bolsillo inferior derecho



Dígitales (Mock Ups)

Validar si el cliente lo entiende y lo puede usar.





PMV

Producto
mínimo
viable



El **producto mínimo viable** es una versión de un nuevo **producto o servicio** que permite recoger la máxima cantidad de aprendizaje validado por los clientes con el menor esfuerzo.



impactos

¿Cuántos?



Vender

¿Cuánto?

Break



Diseñe su PMV

Producto mínimo viable

Problema



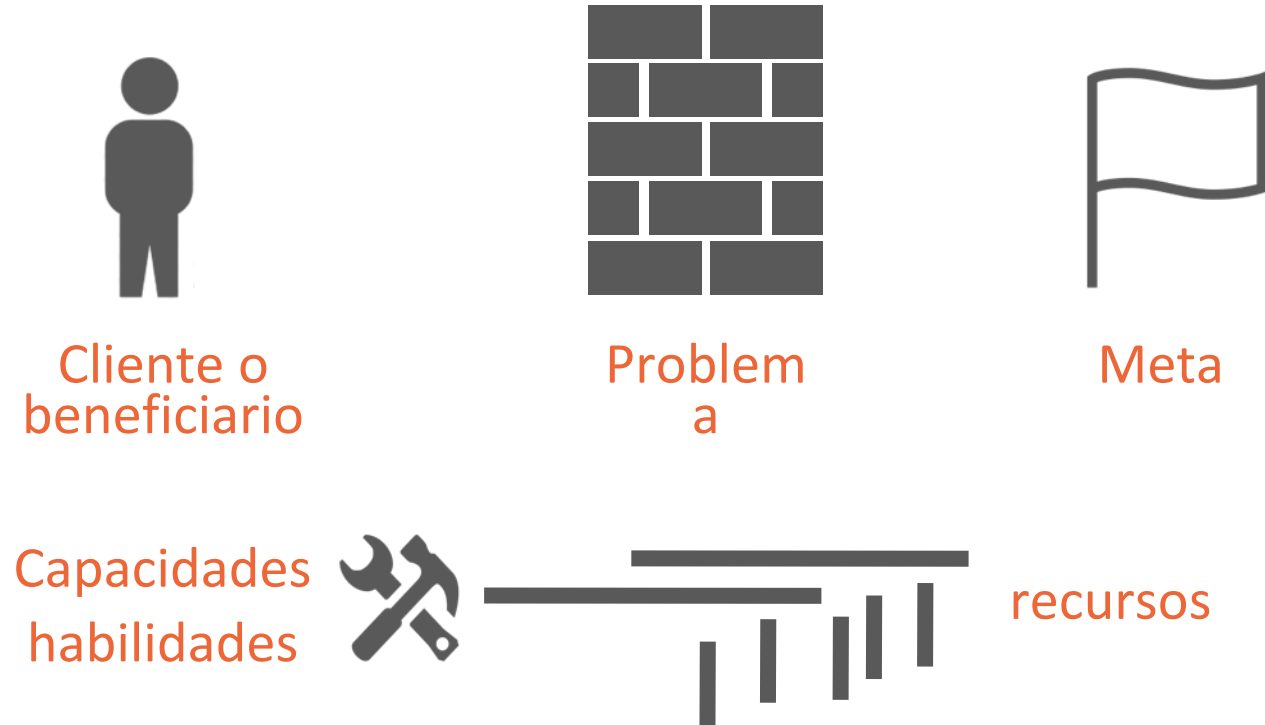
Paso
1



El objetivo es validar
rápidamente si hay una
necesidad de mercado y si esta
es realmente importante.



Oportunidad





¿Cuáles son mis
capacidades habilidades y
recursos?



capacidades

Adquiridas

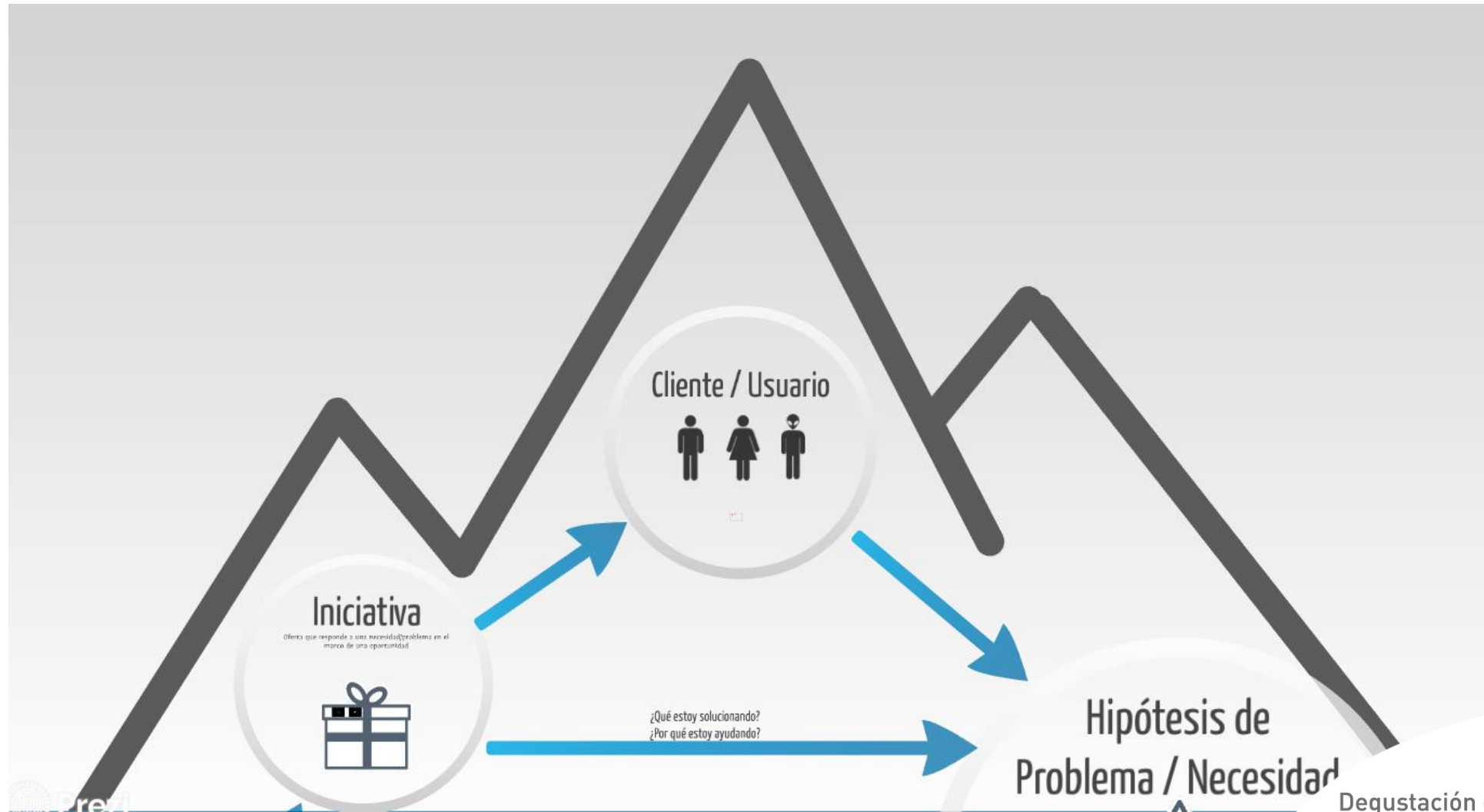
recursos

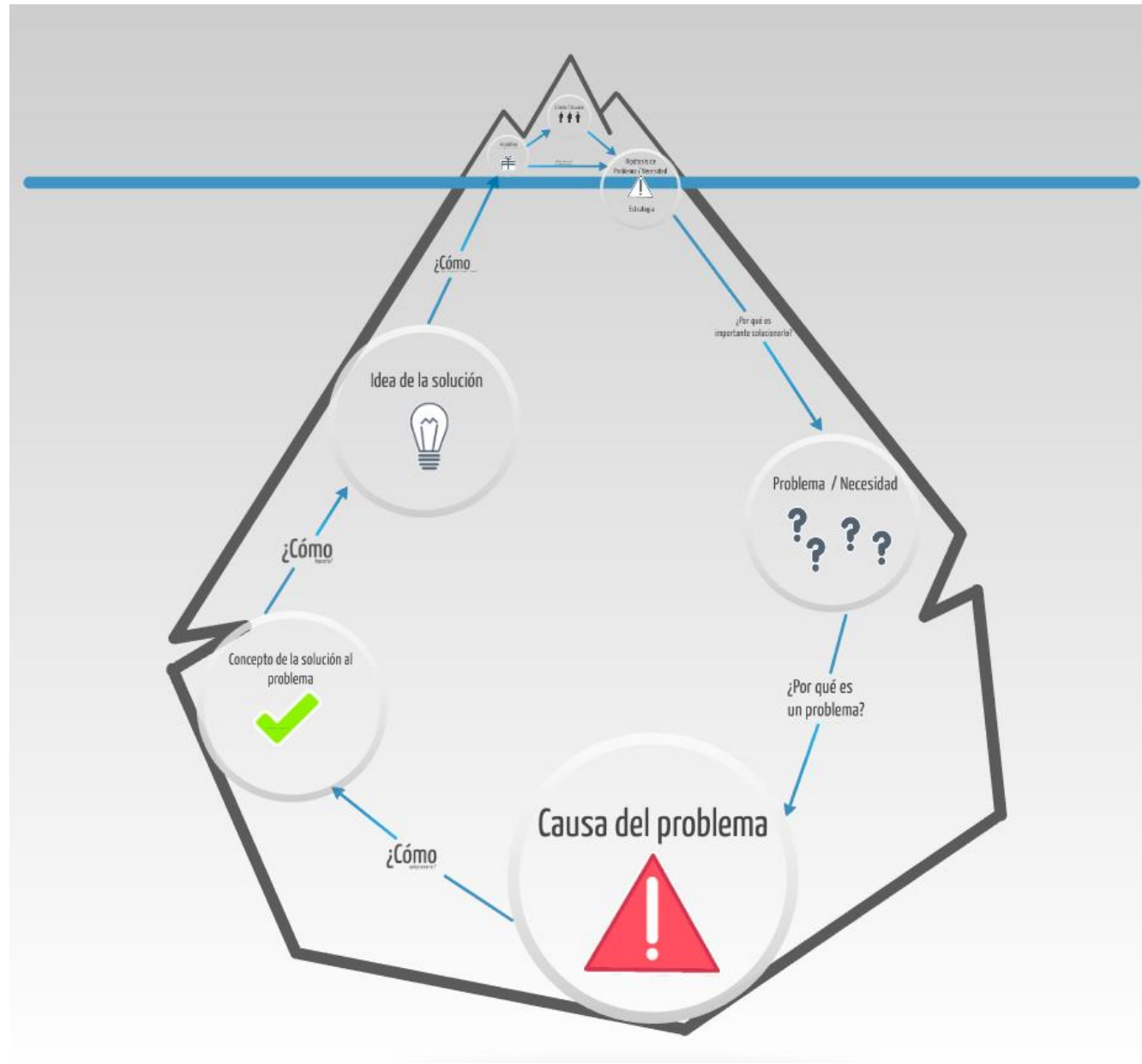
Con que se cuenta

habilidades

Innatas

iceberg







Cliente

Hay enfermos de:



La enfermedad de chagas



Kala azar



Tuberculosis



Malaria



Sida infantil



Iniciativa

Una serie de eventos benéficos
para conseguir recursos para:





Hipotesis de necesidad

**Enfermos sin recursos para tratar
y diagnosticar esas enfermedades**



1

¿Qué estamos solucionando?



**la falta de recursos de médicos sin fronteras
para diagnosticar y tratar enfermedades**



2

¿Por qué es importante solucionarlo?



**Porque como son enfermedades asociadas a la pobreza,
si nadie las trata se puede propagar**



3

¿Por qué es un problema?



**Estas enfermedades no suponen
un mercado lucrativo para las farmacéuticas**



4

Simplificarlo

A nadie le duele

¿Cómo podría solucionarlo?

https://www.youtube.com/watch?v=jcluxN_2DfM



1

¿Qué estamos
solucionando?



2

¿Porqué es importante
solucionarlo?



3

¿Porqué es un problema?



4

Simplifiquelo

Cliente



Paso
2



¿Quién es
mi
Cliente?



Segmento de clientes

..... Género

..... Edad

..... Características físicas

..... Características culturales

..... Estado civil

..... Ingresos anuales

..... Gustos, aficiones



Segmento de clientes

..... Mujer

..... Entre 38 y 41 años

..... De unos 160 cm de altura

..... Famosas

..... Colombiana

..... Casada

..... Con hijos

..... Cantante





Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



Doña Luz

Doña Luz Mila lleva casi 40 años de casada. Con su esposo compraron la casa en la que viven hace más de 30 años. Tiene 3 hijos y los tres tienen ya sus propias familias. Adora a sus nietos y cuando no está en la casa, en misa o "poniéndose al día" con las vecinas, vive comprándoles regalos.

Es católica practicante y muy religiosa, es muy saludable pero le tiene pánico al Alzheimer.



—Doña Luz—

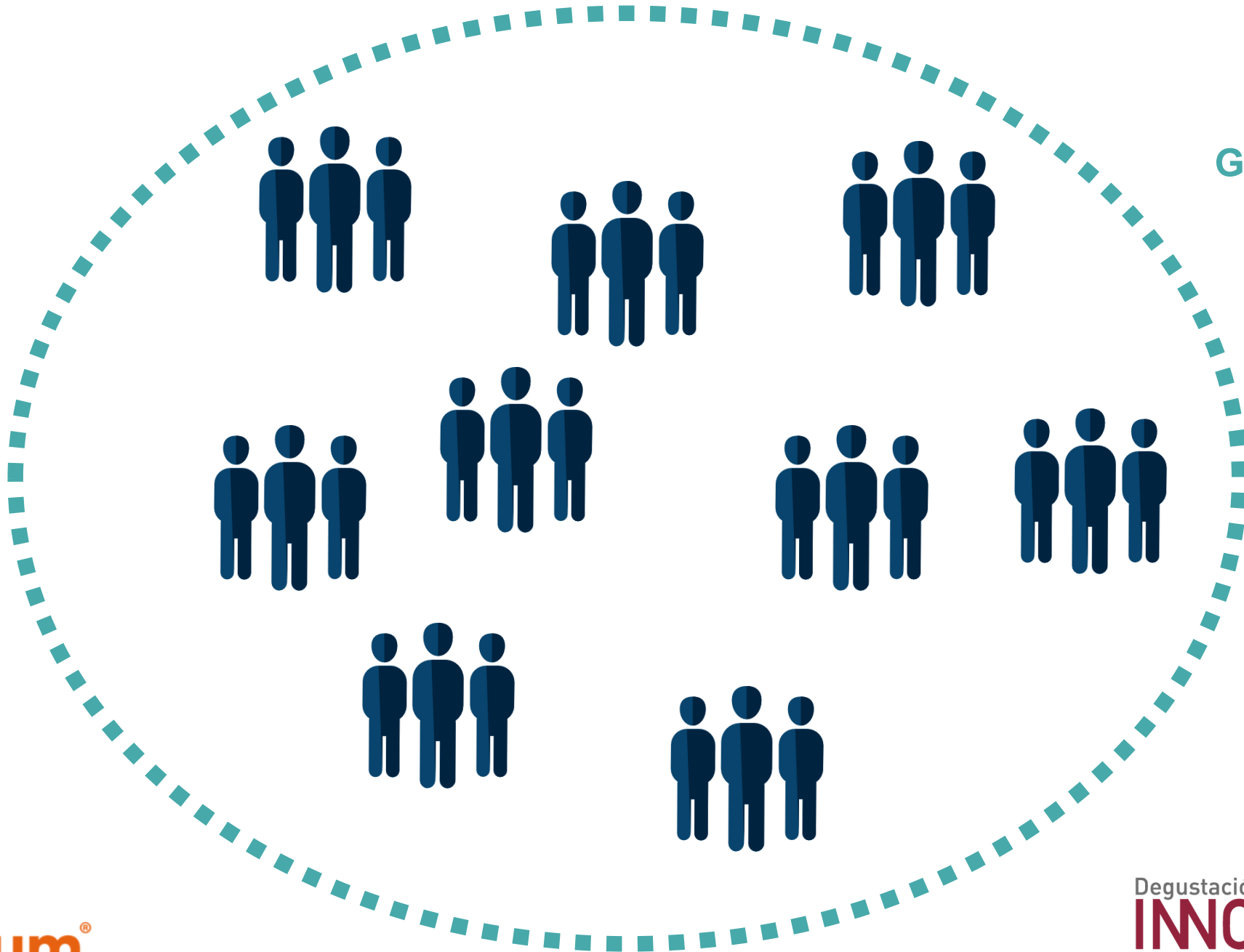


Para ella la navidad es muy importante, es de las que tiene la casa lista el primero de diciembre. Durante todo el año compra cada cosa curiosa que encuentra que le pueda servir para el pesebre o el arbolito, pero no bota nada, saca las mismas extensiones de luces y prueba bombillo por bombillo para arreglarlas; El arbolito tiene cada vez más cosas. Le encanta cómo se ve su casa iluminada solo por las luces de navidad, pero duerme mal y se despierta angustiada a media noche a mirar si se le quedaron prendidas, con miedo a un incendio o a que se le suba mucho el recibo de la luz.



Tamaño
de mercado
total

Geográfico

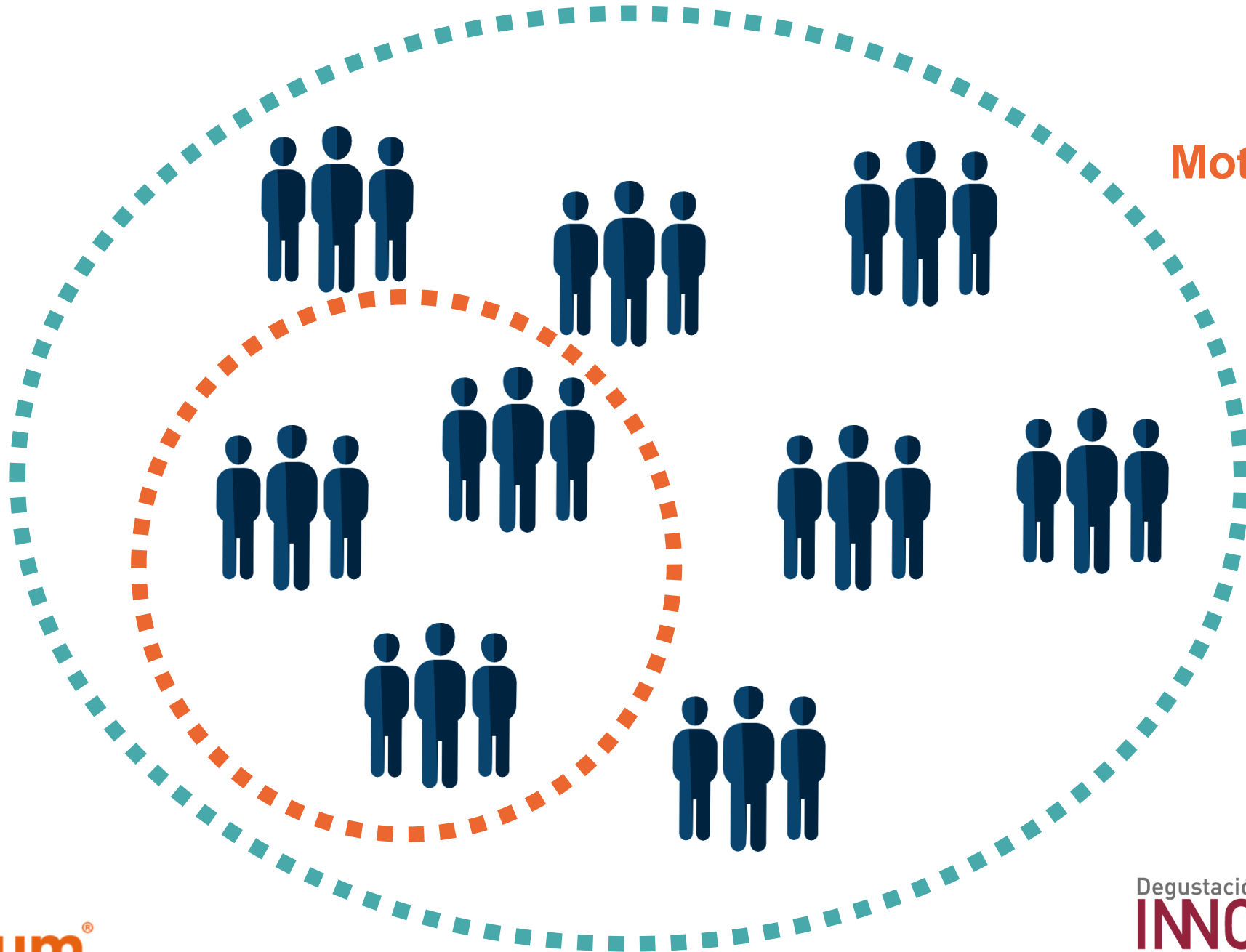




Tamaño
de mercado
total

Motivaciones

Tamaño
de mercado
potencial



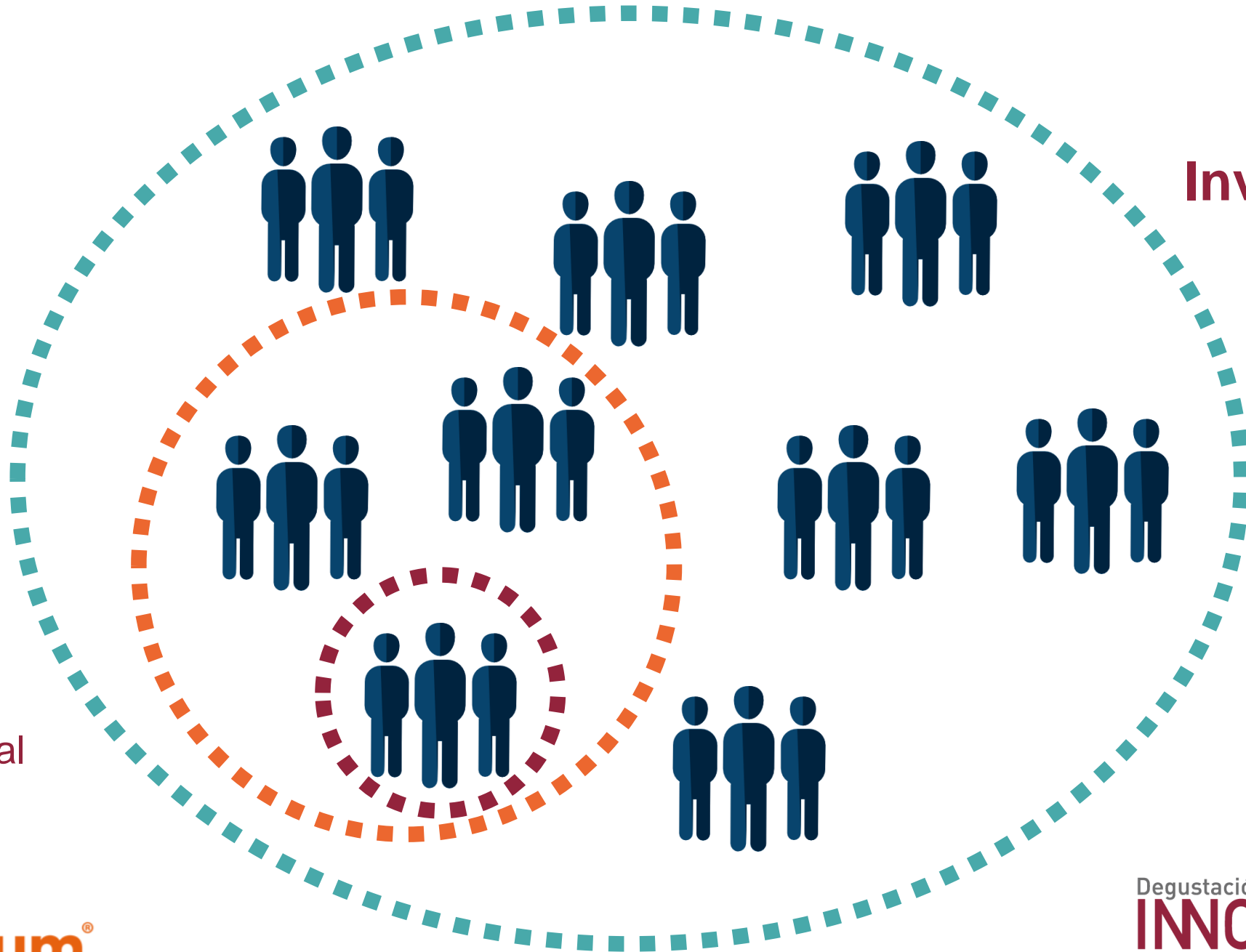


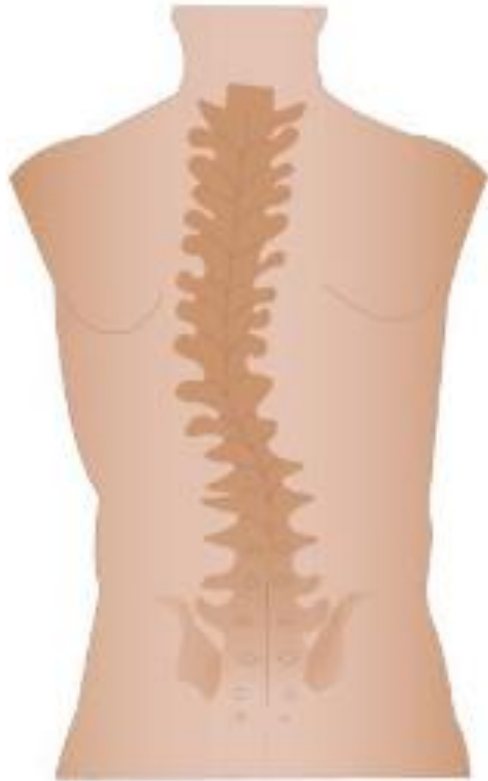
Tamaño
de mercado
total

Tamaño
de mercado
potencial

Tamaño
de mercado
real

Inversión





2'444.803 de usuarios de Transmilenio al día en 2017
18% de los colombianos estan en el rango de edad de 20 a 24 años.

mercado total 440.064

1 de cada 10 personas tiene escoliosis

mercado potencial 44.006

Motivaciones



Paso
3



Jobs to be done (Tareas por hacer)



Caso

Sony



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



¿Cuál es el dolor?



TIPOS DE JOBS

Funcionales

Sociales

Personales
/ Emocionales









Oportunidad



Doña Luz



Objetivos



Oportunidad



Doña Luz

Disfrutar de
la navidad



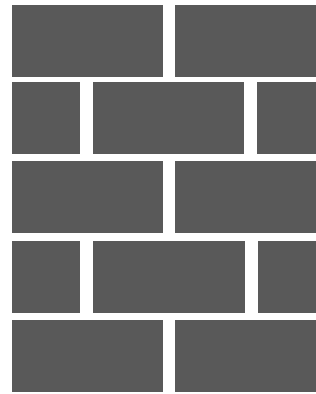
Objetivos



Oportunidad



Doña Luz



Problema



Objetivos

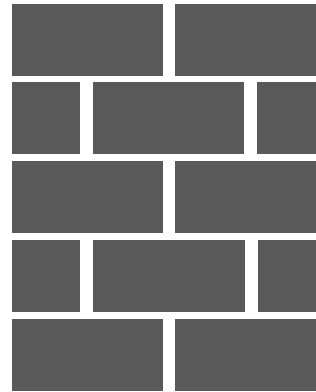
Disfrutar de
la navidad



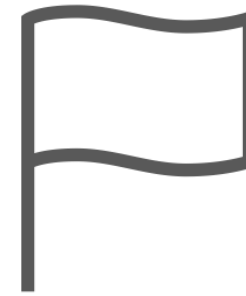
Oportunidad



Doña Luz



Problema



Objetivos

Disfrutar de
la navidad

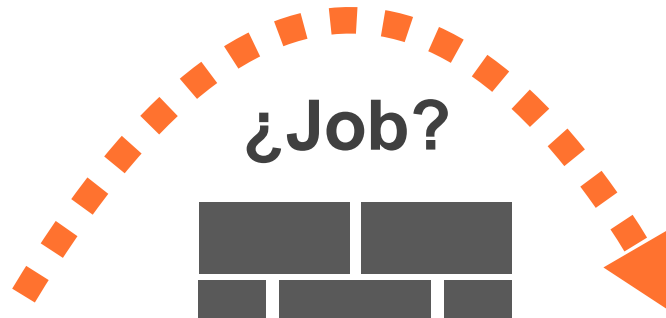
Tener que apagar las luces



Oportunidad

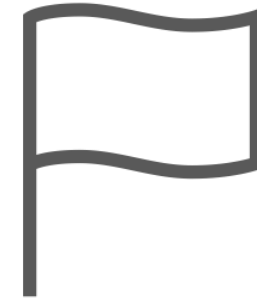


Doña Luz



Problema

Tener que apagar
las luces



Objetivos

Disfrutar de
la navidad



JOB S



Job Funcional:

Apagar las luces

Job Social:

Chicanear a sus amigas que es tecnológica

Job Emocional:

Sentirse segura



Como identificarlos

JOBS FUNCIONALES

- Relacionados directamente con el dolor.
- Tienden a tener relación con la parte funcional del producto o servicio

JOBS EMOCIONALES

- Es lo que el cliente o usuario siente o percibe.
- Tiene relación con las motivaciones internas y personales.

JOBS SOCIALES

- Es lo que el cliente o usuario quiere transmitir.
- Tiene relación con las motivaciones exteriores.

Propuesta de valor



Paso

4

Propuesta de valor





Propuesta de valor



JF: Apagar las luces

PV: Le apagamos las luces sin complicaciones

JS: Chicanear a sus amigas que es tecnológica

PV: Sea la envidia de todo el barrio

JE: Sentirse segura

PV: Disfrute la navidad y duerma tranquila



Basados en la tarea por hacer más importante del cliente desarrollen su propuesta de valor

Para saber cual es la tarea por hacer mas importante es necesario identificar el cual el cliente o usuario gasta mas recursos



Competencia

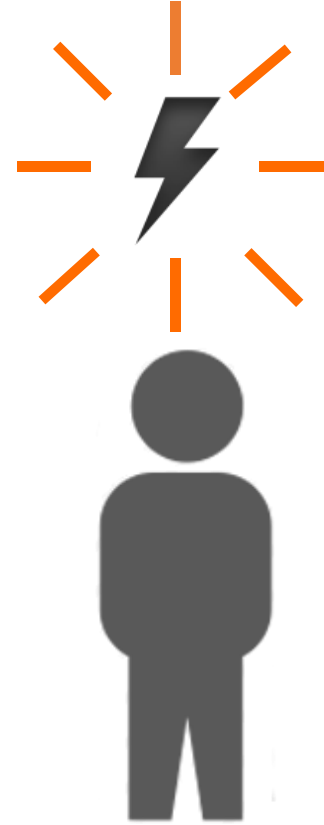


Valor:
Solucionar un
problema importante



Competencia

Si es importante,
lo va a intentar solucionar





Competencia



Si lo intenta solucionar, hay competencia
(costumbre, sustitutos, competidores)



Roseta LightGo



Precio: \$ 99.900



Tomacorriente
LightGo



Precio: \$ 99.900



clientes



Propuesta de Valor

ahorrar dinero sin malgastar energía



¿Cómo lo hacen actualmente?



celador





celadores

Diferenciar la propuesta de valor



¿Cómo intentan resolver
actualmente el problema?



celador

Lo que funciona – Mejorarlo o mantenerlo
Lo que no funciona - Corregirlo



¿celadores de doña luz?

Características



Paso
5



Miedos

A close-up photograph of two lions roaring. The lion on the left is in profile, facing right, with its mouth wide open, showing its pink tongue and sharp teeth. The lion on the right is facing forward, also with its mouth wide open, showing its teeth and tongue. The background is a soft, out-of-focus brown.

Switching Cost

Mied

os

A man with short brown hair, wearing a khaki short-sleeved button-down shirt, is leaning his left arm on the back of a large male lion. The lion has a thick, light-brown mane and is looking off to the right. The background shows a savanna landscape with green bushes and trees under a clear sky.

Benefici

os



Beneficios

Lo que le decimos al cliente/usuario para que
esté dispuesto a enfrentarse a sus miedos



recompens
a



seguro



beneficios



Ofertas de valor

Hacer realidad la propuesta de valor



lily drone



¿Propuesta de valor?
¿Beneficios?
¿Ofertas de Valor?

Hacer una Caja

<https://www.youtube.com/watch?v=jYXLmZ5NLuc>





Propuesta de valor

2 Beneficios
2 Ofertas de Valor



Indicadores de éxito



Paso
6

Ambientes de validación





codensa

Grupo Enel

Conoce Codensa

Clientes

El
Especialista

Inicio | Registre su negocio | Iniciar Sesión

Llamado a la acción

El Especialista

REMODELACIONES

Si vas a remodelar tu casa y quieres contratar a los mejores profesionales para hacerlo, te aseguramos que no hay nadie mejor para el trabajo que quienes hacen parte de El Especialista.

Cotizar



Indicador de éxito

Tasa de conversión: cuantos experimentos realice vs cuantos activaron el llamado a la acción

— Diseño de prototipos —



| Tipo de prototipo | | |
|--------------------|--------------------|------------|
| | | |
| Propuesta de valor | Ofertas de valor | Beneficios |
| | | |
| Call to action | Indicador de éxito | |
| | | |

Aprendizajes

How do you
Where are you
are you from?

你是谁?
你吃了吗?
你来自哪里?



TIPS

Proceso iterativo prototipar, testear y cambiar

Conocer a profundidad al cliente principalmente sus dolores y motivaciones

Desarrollar una propuesta de valor efectiva

Validar en ambientes reales

Medir siempre las validaciones (Indicadores de éxito)



muuuuchas
gracias

JUAN ESPINOSA

Instagram: Juanespinosave

www.grimorum.com

#DEGUSTACIONINNOVACION

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



COLCIENCIAS
Ciencia, Tecnología e Innovación



GOBIERNO DE COLOMBIA



**Cámara
de Comercio
de Bogotá**



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

**EL PROTOTIPADO COMO HERRAMIENTA
DE INNOVACIÓN PARA PROBAR PRODUCTOS
Y SERVICIOS ANTES DE SALIR AL MERCADO**

18 DE MAYO 2018

DEGUSTACIONINNOVACION



COLCIENCIAS
Ciencia, Tecnología e Innovación



GOBIERNO DE COLOMBIA



**Cámara
de Comercio
de Bogotá**



| | FECHA | TEMA | CONFERENCISTA | SEDE |
|---|---------------------|--|------------------------|----------------|
|  | 11 DIC 2017 | TENDENCIAS INNOVADORAS | PAULA RIVEROS | SALITRE |
|  | 16 FEB 2018 | METODOLOGÍA PARA INNOVAR CON ÉXITO : JOBS TO BE DONE | MAURICIO HERNÁNDEZ | SALITRE |
|  | 26 ABR 2018 | INNOVACIÓN DISRUPTIVA: DIFERÉNCIATE SIGNIFICATIVAMENTE EN EL MERCADO | SHLOMO ABAS | SALITRE |
|  | 18 MAYO 2018 | EL PROTOTIPADO COMO HERRAMIENTA DE INNOVACIÓN PARA PROBAR PRODUCTOS Y SERVICIOS ANTES DE SALIR AL MERCADO | JUAN ESPINOSA | SALITRE |
|  | 10 AGOS 2018 | LA ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL PARA SER UNA EMPRESA INNOVADORA | MAURICIO VILLEGAS | CHAPINERO |
|  | 20 SEP 2018 | INNOVAR: ESTRATEGIA OBLIGATORIA PARA SOBREVIVIR EN EL MERCADO | LUIS FERNANDO SAMPER | CHAPINERO |
|  | 26 OCT 2018 | DESCUBRIR OPORTUNIDADES PARA INNOVAR EN SU EMPRESA (ACTIVOS OCULTOS) | MARÍA CRISTINA CORDOVA | CHAPINERO |
|  | 22 NOV 2018 | CÓMO INCREMENTAR SUS VENTAS CON HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN | GUILLERMO SOLANO | CHAPINERO |

PROGRAMACIÓN SUJETA A CAMBIOS

JUAN ESPINOSA



**"EL PROTOTIPADO COMO HERRAMIENTA DE
INNOVACIÓN PARA PROBAR PRODUCTOS Y
SERVICIOS ANTES DE SALIR AL MERCADO"**

AGENDA



| HORA | |
|---------|---------------------------|
| ● 8:40 | PROTOTIPADO |
| ● 9:00 | TIPOS DE PROTOTIPOS |
| ● 9:30 | ¿PMV? |
| BREAK | |
| ● 10:30 | DISEÑE SU PMV PASO A PASO |
| ● 12:50 | CIERRE |

PROTOTIPADO

SEAT 2C AVAILABLE

\$25-00

BUY

EVENT:

VEN

+
UN PROTOTIPO ES LA FORMA DE
VALIDAR RÁPIDAMENTE UN PRODUCTO O
SERVICIO CON CLIENTES REALES PARA
DISMINUIR RIESGOS ECONÓMICOS,
REPUTACIONES Y DE MERCADO



MEDIDA DEL EXITO



COMO IDENTIFICARLOS

INNOVADORES

- Personas o empresas cercanas
- Que exista una relación de confianza
- Que cumplan con el perfil del segmento escogido
- Que tengan el dolor

ADOPTADORES TEMPRANOS

- Personas o empresas con una sensibilidad alta a probar o comprar nuevos productos y servicios
- Que exista un acercamiento no necesariamente una relación
- Que cumplan con el perfil del segmento escogido
- Que tengan el dolor

CURVA DE DIFUSIÓN DE LA INNOVACIÓN

Identifique sus:

Innovadores

Adoptadores tempranos






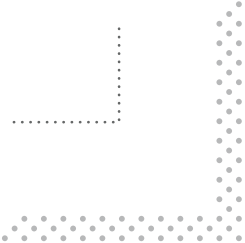
PROTOTIPO ALFA

(PROTOTIPO DE BAJA RESOLUCIÓN)

Objetivo:
Validar la propuesta de Valor



Sirve para medir la intensidad de adquirir el producto o servicio, pruebas iniciales muy rápidas para medir el concepto antes de hacer inversiones mayores.



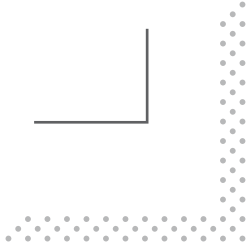


PROTOTIPO BETA

(PROTOTIPO DE MEDIA RESOLUCIÓN)

Validar las ofertas de valor


Sirve para validar las características iniciales del producto y saber si como persona u organización voy a poder entregar la propuesta de valor al cliente así sea de una forma básica.







PMV

(PRODUCTO MINIMO VIABLE)



El producto mínimo viable es una versión de un nuevo producto o servicio que permite recoger la máxima cantidad de aprendizaje validado por los clientes con el menor esfuerzo.



TIPOS DE PROTOTIPOS

MODELO DE NEGOCIO

Validar si un cliente esta dispuesto a comprar o adquirir un producto

FÍSICOS

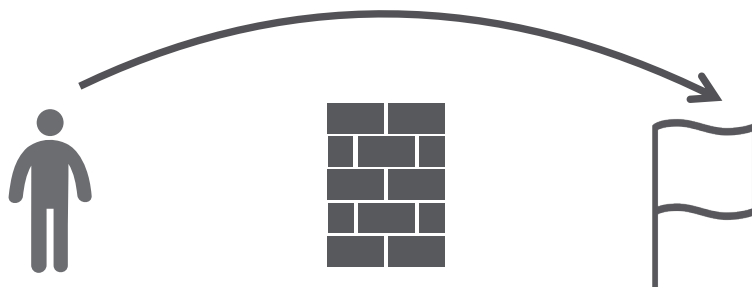
Validar si se puede producir y si funciona.

DÍGITALES (MOCK UPS)

Validar si se puede producir y si funciona.

EXPERIENCIAS

Validar el proceso, cuales pasos generan valor y cuales no.



CLIENTE / USUARIO

PROBLEMA

META



OPORTUNIDAD



| CAPACIDADES ADQUIRIDAS | HABILIDADES (INNATOS) | RECURSOS (CON LO QUE SE CUENTA) |
|---------------------------|--------------------------|------------------------------------|
| | | |



ICEBERG

¿QUÉ ESTAMOS SOLUCIONANDO?

¿PORQUÉ ES IMPORTANTE SOLUCIONARLO?

¿PORQUÉ ES UN PROBLEMA?

SIMPLIFIQUELO



TARJETA PERSONA

PASO
2

| NOMBRE | CARACTERÍSTICAS PERSONALES |
|----------|----------------------------|
| | |
| HISTORIA | |
| | |

MOTIVACIONES COMO IDENTIFICARLOS:

JOBS

FUNCIONALES

- RELACIONADOS DIRECTAMENTE CON EL DOLOR.
 - TIENDEN A TENER RELACIÓN CON LA PARTE FUNCIONAL DEL PRODUCTO O SERVICIO
-

JOBS

EMOCIONALES

- ES LO QUE EL CLIENTE O USUARIO SIENTE O PERCIBE.
 - TIENE RELACIÓN CON LAS MOTIVACIONES INTERNAS Y PERSONALES.
-

JOBS

SOCIALES

- ES LO QUE EL CLIENTE O USUARIO QUIERE TRANSMITIR.
 - TIENE RELACIÓN CON LAS MOTIVACIONES EXTERIORES.
-

MOTIVACIONES

PASO
3

DOLOR

JOB FUNCIONAL

JOB EMOCIONAL

JOB SOCIAL

PROPUESTA DE VALOR

- Promesa que le hago a mi cliente o usuario sobre la solución a su dolor o problemática.
- Debe estar basada en el job más importante.
- La forma de saber que es el job más importante es porque es en el que más recursos gasta actualmente.

OFERTAS DE VALOR

Características principales y mas importantes para mi cliente o usuario con las que se pueda cumplir la propuesta de valor.

BENEFICIOS

Características que le doy a mi cliente para ayudar a superar su miedos de adopción o cambio a mi producto o servicio.

ORIGAMI

QUÉ SE NECESITA PARA VALIDAR UN PROTOTIPO:

PASO
6

| AMBIENTES DE VALIDACIÓN | LLAMADO A LA ACCIÓN | INDICADORES DE ÉXITO |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">◦ Es importante validar en contextos reales.◦ Validar con clientes que cumplan las características de las tarjeta persona. | <ul style="list-style-type: none">◦ Es la acción que debe hacer el cliente para acceder a la propuesta de valor. | <ul style="list-style-type: none">◦ Es la tasa de conversión que refleja cuantos experimentos realice vs cuantos activaron el llamado a la acción. |

DISEÑO DE PROTOTIPOS

PASO
6

TIPO DE PROTOTIPO

PROPUESTA DE VALOR

OFERTAS DE VALOR

BENEFICIOS

PROPUESTA DE VALOR

BENEFICIOS

TIPS

- **PROCESO ITERATIVO PROTOTIPAR, TESTEAR Y CAMBIAR**
- **CONOCER A PROFUNDIDAD AL CLIENTE PRINCIPALMENTE SUS DOLORES Y MOTIVACIONES**
- **DESARROLLAR UNA PROPUESTA DE VALOR EFECTIVA**
- **VALIDAR EN AMBIENTES REALES**
- **MEDIR SIEMPRE LAS VALIDACIONES (INDICADORES DE ÉXITO)**



NOTAS



NOTAS



NOTAS



NOTAS

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

18 DE MAYO 2018

JUAN ESPINOSA

DEGUSTACIONINNOVACION

KATHA'VSP

 **Grimorum**